Guía para creación y/o optimización del Embudo

@soymatias_pereira Frontliner / Marketer

Comunidad PUROADS #Frontliners



Guía básica 4 Ingredientes para un Embudo Rentable



By Matias Pereira

Temario





¿Quién es este man para enseñarme algo a mi?

Desde luego que este E-book se trata 100% de Venta Directa y no de mi, pero debes tener Conciencia del porqué puedo ayudarte en esto, o de lo contrario no tendrías la confianza en mi para Aplicar esto en tu Embudo y darle un Upgrade a tus resultados..

Como dice mi buen amigo y mentor Germán, "sin rodeos, vamos al grano", así que te cuento:

- He invertido más de $20k en Facebook Ads.
- He validado esto en +6 Nichos totalmente diferentes.
- He capacitado a más de 600 alumnos en Venta Directa.
- He revisado cientos de campañas y Embudos.

- **Y sobre todo, APLICO lo que te enseño en este E-book en mis propias campañas y Embudos.**

Bien, ahora ya sabes porqué puedo aportarte mi granito de arena en esto, así que podemos entrar de lleno a lo que nos interesa... el Embudo de Venta Directa, **¡A darle caña!**

#1 | El Embudo de Venta Directa Explicado con "Peras y Manzanas".

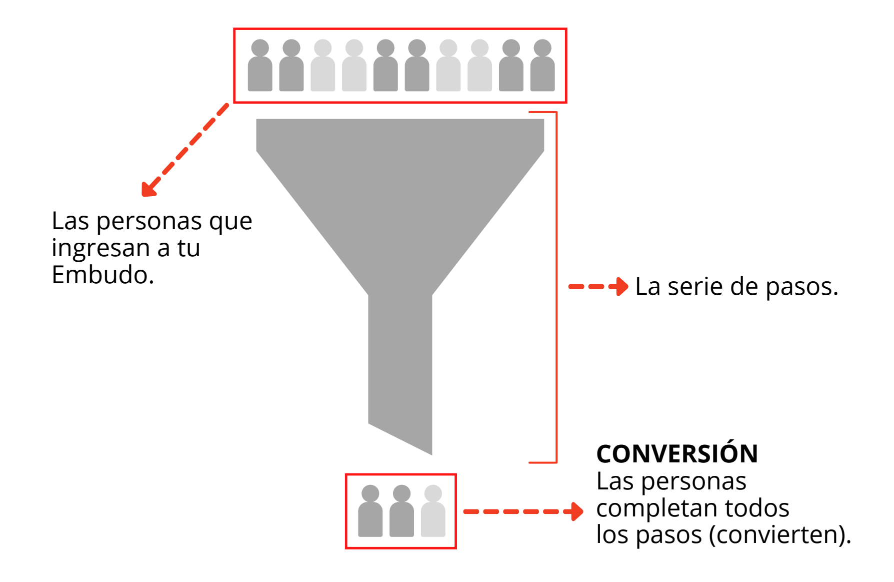
¿Qué es un Embudo, o "Funnel" en Inglés?

Bueno, esto es lo primero que debes saber, en Marketing Digital se le llama "Embudo" a **la serie de pasos que debe completar una persona** para realizar una conversión.

Existen varios tipos de Embudos, y cada uno busca una conversión en específico, o sea lograr que una persona realice una acción en específico.

En nuestro caso, con el **Embudo de Venta Directa** buscamos que las personas realicen la conversión de: **COMPRA**.

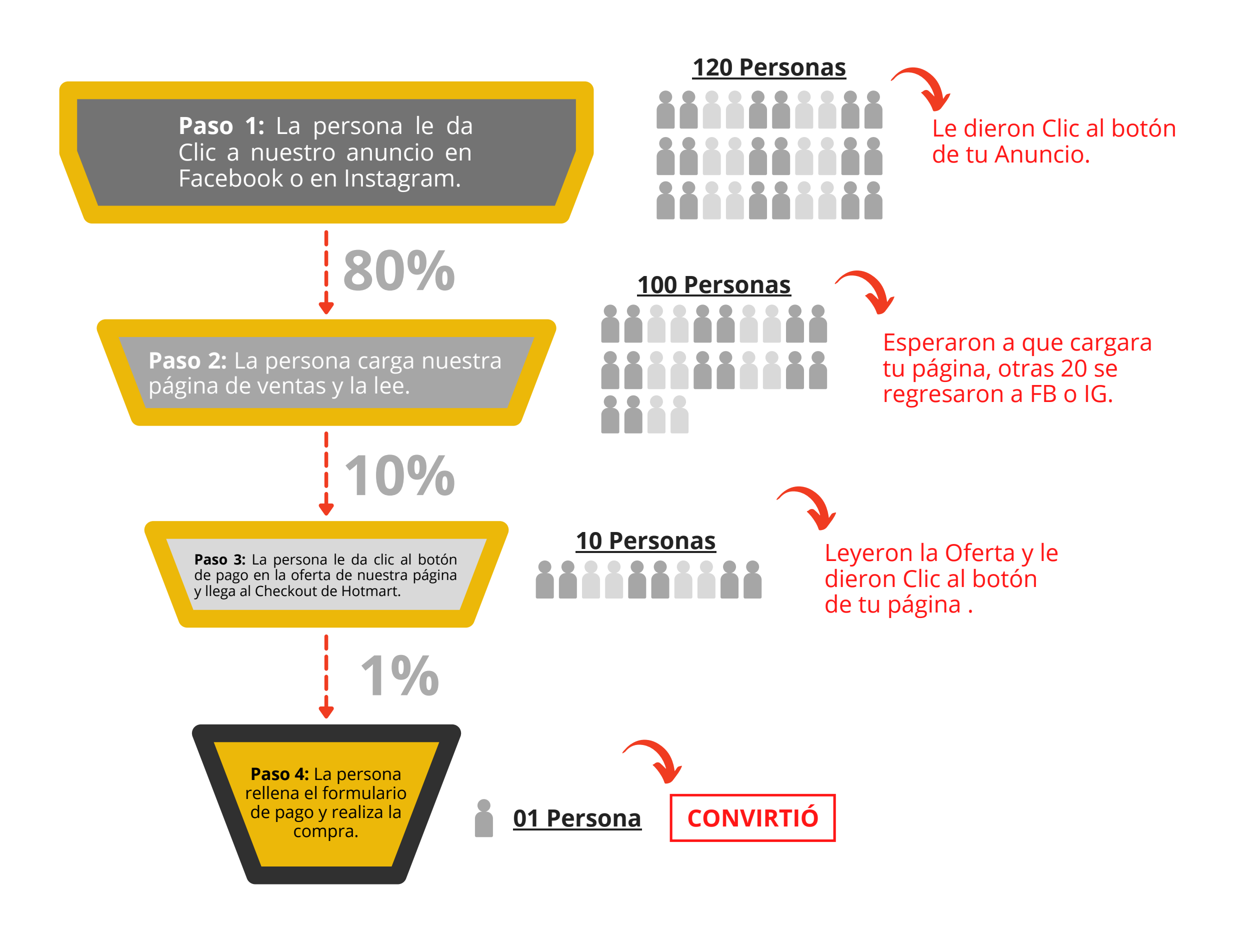
Pd: Se le llama "Embudo" porque a medida que a las personas se les van presentan esta serie de pasos (que ahora vamos a ver cuales son exactamente) se van quedando muchos en el camino, es decir, sucede que muchos completan el paso 1 por ejemplo, pero muy pocos el paso final (la compra) y por eso se representa con forma de Embudo.



Entendido Mati, ahora... ¿Cuáles son esos pasos a Completar en un Embudo de Venta Directa?

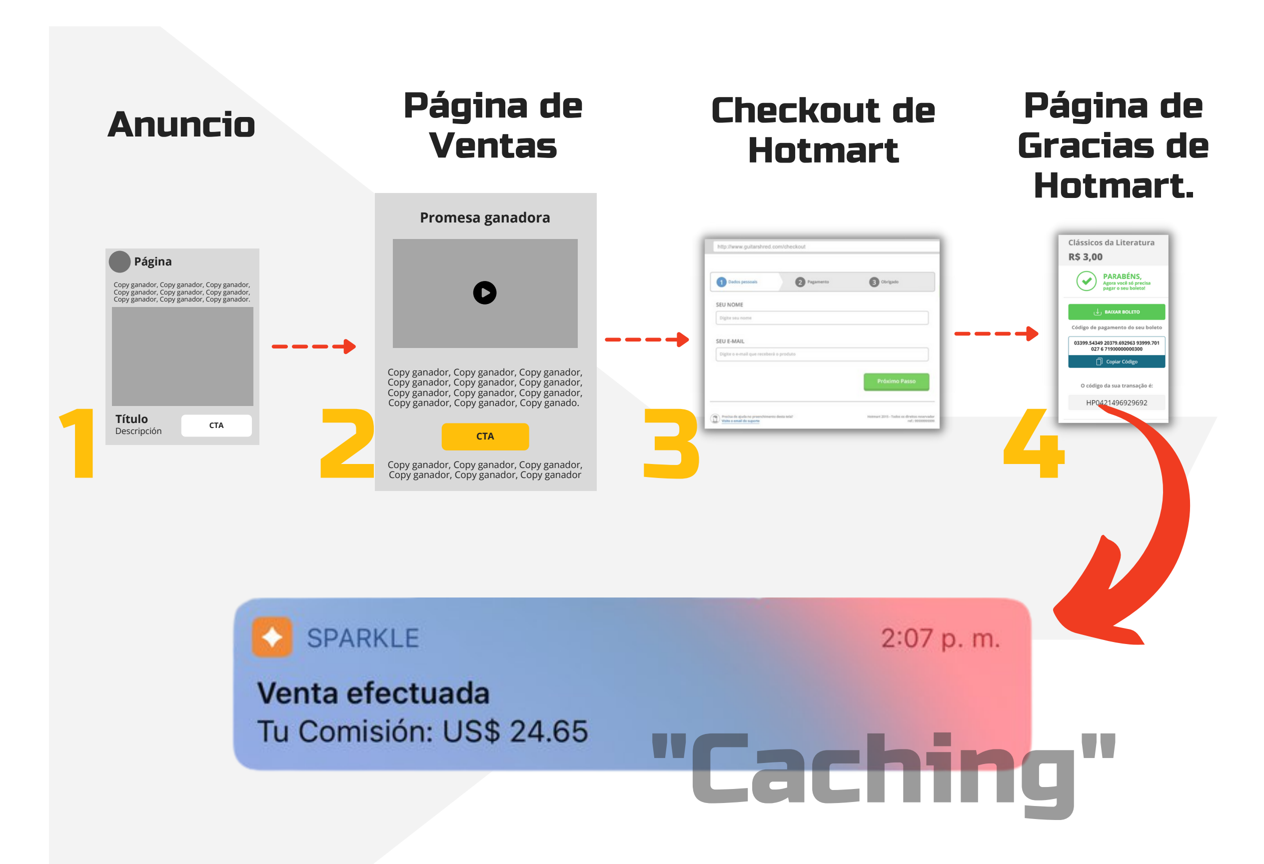
Son **solo 4 pasos** en total del Embudo, ya que la estrategia de Venta Directa consiste en que las personas nos compre rápido y sin pensarlo muchas veces ya que la implementamos para vender productos **Low Ticket** (económicos) entre 20 a 50 dólares como máximo.

Estos son los 4 pasos del Embudo y las tasas de conversión que se suelen tener normalmente:



Con un Embudo bien Optimizado en sus 4 Niveles (Producto, Avatar, Página y Anuncio), las métricas estándar indican que cada 100 personas que visitan la página de ventas, 10 de ellas hagan pago iniciado y 1 de esas 10 nos compre, o sea una conversión del 1% en total del Embudo.

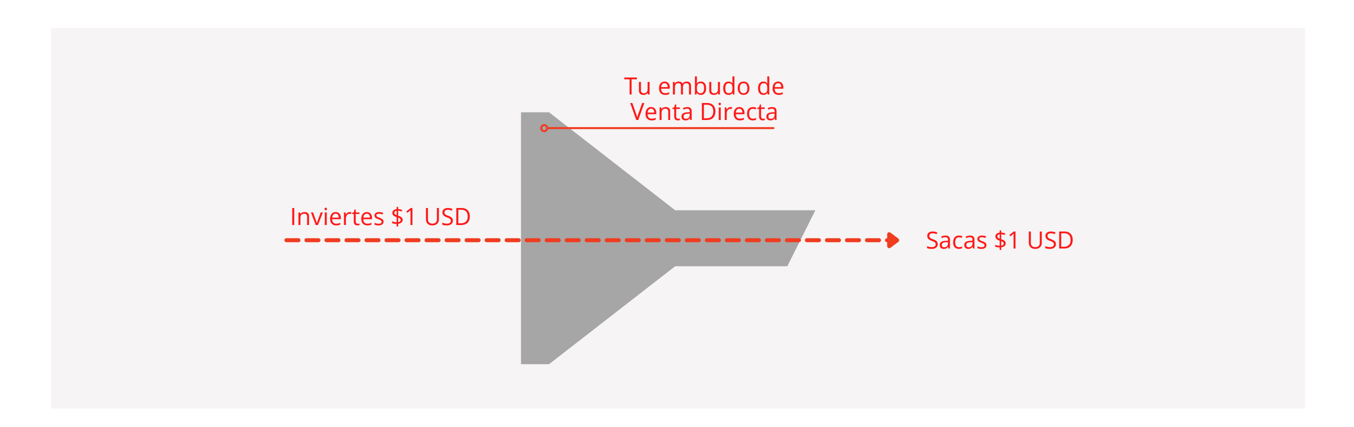
Ahora mira, así se ve el recorrido que debemos hacer que las personas completen, para **recibir Ventas**:



Ahora que ya sabes que es un Embudo de Venta Directa y conoces cuales son los 4 pasos que lo componen... **podrás comprender y evitar el error más grave** que de ley TODOS hemos cometido alguna vez.

Literalmente este es el error que mata la rentabilidad de tus campañas, vamos... te lo cuento en la siguiente página.

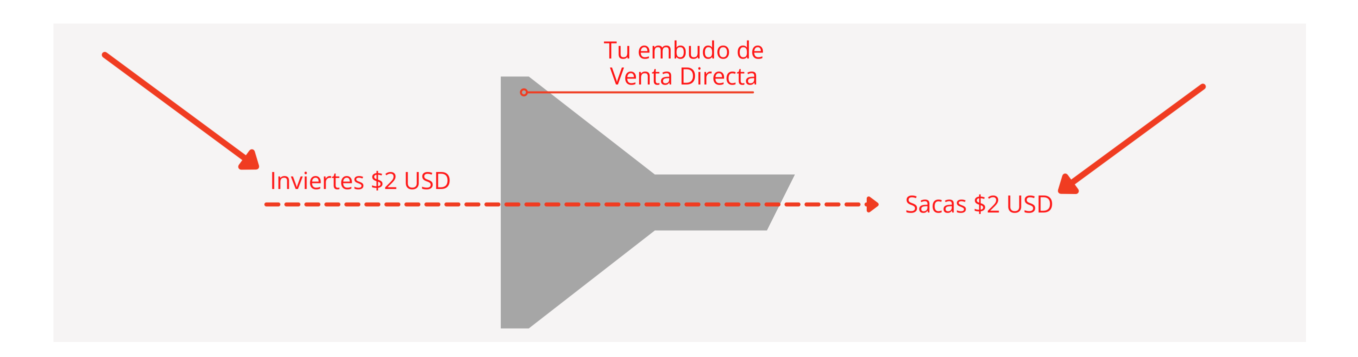
Efecto Flywheel y la cura definitiva para el error que está matando tu rentabilidad.



En este ejemplo, estás teniendo ventas... pero estás saliendo igual a lo que invertiste (sales tablas), es decir que: Aún no tienes un Embudo rentable!!

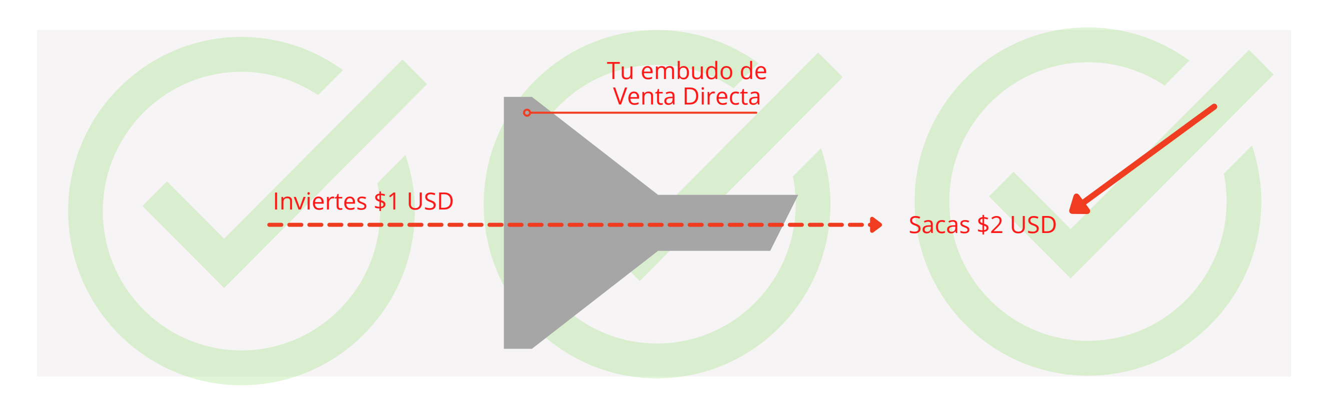
¿Qué hace la mayoría de Afiliados en esta situación? Invierten en más tráfico (aumentan el presupuesto de sus campañas para que más personas entren en su embudo).

Y pasa lo más obvio:



Claro, así le metas 200 dólares... vas a conseguir 200 dólares, porque tu embudo aún no es rentable.

Tu tienes que trabajar en lograr el efecto "Flywheel" (retroalimentación rentable) en tu Embudo.

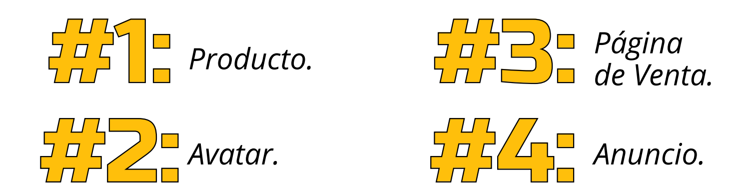


¡¡Y ahora si!! Como ves, Inviertes $1 y sacas $2, ya tienes un Embudo rentable y listo para Escalar (ahora si puedes pensar en aumentar el tráfico del Embudo).



Ahora... ¿Cómo hago, o que mejoro para que en vez de meter $1 y sacar $1, me empiece a dejar Rentabilidad?

Bueno, ¡Aquí es donde entran los 4 ingredientes de la rentabilidad en un Embudo de Venta Directa!



Ahora ya sabes en donde debes trabajar para hacer que tu Embudo sea Rentable, y que antes de meterle más dinero lo que debes hacer es OPTIMIZARLO hasta que sea RENTABLE.

1er Ingrediente de la rentabilidad: el Producto que estás vendiendo.

Créeme, los casos de éxito que ves en redes sociales, TODOS sin excepción son con un producto ganador, pero ojo... hay un gran paréntesis en este tema.

Un buen producto para nosotros como Afiliados **NO ES**:

- El que tiene mejor calidad de grabación.
- El nicho más interesante para ti.
- El que tiene más módulos.
- El más completo.

No digo que estos puntos no sean importantes, porque lo son... PERO! **Cuando de ventas se trata lo que realmente es importante en un producto ES:**

- Que RESUELVA un problema.
- Que despierte un GRAN DESEO.
- Que tenga un GRAN y AMPLIO público.
- Que se venda a una comunidad formada.
- Y que ese público sea Segmentable en FB Ads.

Ahora que ya sabes los requisitos que debe cumplir el producto que selecciones para vender, procederé a mostrarte **un PASO a PASO validado** que yo personalmente aplico para encontrar productos así por fuera de las parrillas y generalmente en océanos azules, **a darle caña**!!

Hace rato no vendo productos de SO u otras parrillas (aunque si es válido y lo recomiendo), en lo personal trabajo con productos de Hotmart y sobre todos los de mi propia parrilla de productos.

Bien, ¿Cómo puedo encontrar ese producto ganador? Es sencillo si sigues el siguiente paso a paso:



Busca los productos más vendidos en: Udemy, Crehana, Doméstika y Hotmart Brasil. Haz una lista con el nombre de los productos que encuentres, cuantos más, mejor.

Una vez tengas la lista repleta de productos, busca en Hotmart (ahora si en el mercado hispano) cada una de esas ideas que tienes en la lista en busca de productos similares en nuestro mercado.





Una vez aquí, ya debes tener una 2da lista, esta vez de los productos que encontraste en Hotmart Habla Hispana. Lo que sigue ahora es analizar cada uno y comprobar que cumpla con los 5 requisitos citados anteriormente.

Revisa la Masterclass #1 acompañar como realizo este proceso paso a paso, y una vez estés seguro del producto, debes enfocarte en incluir el 2do ingrediente da la rentabilidad en tu Embudo.

2do Ingrediente de la rentabilidad: el Estudio del Avatar o Buyer Persona.



Pero no, no es este Avatar XD... aunque la película es de mis favoritas jejeje.

La mayoría de Afiliados, una vez que se deciden por un producto, pasan directamente a crear su página de ventas (sin investigar a su Avatar)... encima muchas veces copiando y pegando a otros afiliados o ocupando el material del los repositorios | [Grave error]

Dicen que quieren hacer 2k, 3k, 10k, vivir de esto... pero sus acciones no son congruentes con esas metas.

Si de verdad quieres vivir los resultados, debes vivir primero el trabajo duro y hacerlo profesionalmente.

Así que, bienvenido(a) al lado de los Afiliados profesionales! y bueno, aquí lo elemental es **ESTUDIAR AL AVATAR**.

A continuación te explicaré que es esto del Avatar y porque es TAN IMPORTANTE hacer bien esta investigación.

¿Qué es el Avatar?

Sencillamente, es un **perfil de persona** creado por nosotros el cual reúne las características clave, que si o si deben cumplir las personas que van a comprar nuestro producto.

Este perfil reúne informaciones como:

- Rango de Edad.
- Sexo.
- Datos demográficos.
- Comportamientos.
- Intereses.
- Problemas.
- Deseos.
- Objeciones.

¿Con qué finalidad buscamos esta información?

Simple, para saber como escribirle (de modo que sienta que le hablan directamente) disparando el gatillo del "aaah, está hablando conmigo".

En el anuncio, en la página de ventas (en todo el embudo) para saber que promesa le haría pasar la tarjeta en el Checkout, para saber que problema NECESITA resolver o en que situación le gustaría estar, para saber cuales son sus datos demográficos, intereses y comportamientos segmentables en Facebook Ads.

Créeme, sin estas informaciones tan valiosas podrás tener ventas pero NO SERÁS RENTABLE. Espero poco a poco esto esté haciendo "clic" en tu mente y vayas entendiendo:

1) El porqué de tus resultados hasta ahora.
2) El cómo, para lograr los resultados que deseas.

Sigue leyendo, ahora te voy a mostrar dónde encontrar estas informaciones valiosas sobre tu Avatar.

Genial, ahora... ¿Dónde puedo investigar mi Avatar para extraer toda esa información?

Eso depende en gran parte de donde pase más tiempo tu Avatar.

Verás, la técnica consiste en leer los comentarios que tu Avatar deja en los contenidos que consume (contenidos que consume buscando solucionar su problema o buscando un beneficio para si mismo), en esos comentarios encontraremos la información que necesitamos sobre el.

En algunos casos el Avatar pasa más tiempo consumiendo videos en YouTube, otros casos leyendo Blogs de Google, otros en Wikipedia, etc.

Por ese depende mucho del Avatar, pero de todos modos aquí te dejo las fuentes más usadas para extraer la información que necesitamos.

- Google: Blogs posicionados.
- YouTube: Videos Posicionados.
- Amazon: Libros más vendidos.
- Facebook: Grupos.

PD: Para encontrar los videos y blogs que lee tu Avatar, o los libros que compra, etc buscando resolver su problema, recuerda buscar como si fueras esa persona tratando de resolver ese problema. De ese modo lograrás dar con los mimos videos, blogs, productos, grupos, etc en lo que comenta o ya comentó tu Avatar.

Por ejemplo, digamos que quiero buscar Blogs, y en ves de buscar "Marketing Inmobiliario", voy a buscar "Como captar más propiedades para mi negocio inmobiliario?", **como si fuera mi Avatar tratando de resolver su problema**.

Y bien, recapitulemos!

Por ahora ya has aprendido a integrar 2 de los 4 ingredientes de la rentabilidad a tu Embudo de venta Directa.

Primero, que la selección de producto es MUCHO más importante de que lo creías y que define en buena medida el éxito de tu trabajo, además de haber aprendido cómo encontrar esos productos ganadores y validarlos antes de lanzar campaña gracias a pasarlos por los filtros mencionados anteriormente.

Segundo, ya sabes porqué es tan necesario estudiar al Avatar, también sabes que estamos buscando al hacer esa investigación, cómo y dónde realizarla.

Te estás aproximando al porcentaje de Afiliados que son profesionales y realmente hacen dinero con este negocio, verás... a la gran masa de Afiliados no les va nada bien, pero tu ya no haces parte de esa gran masa gracias al conocimiento que estás adquiriendo (aunque ojo, debes aplicarlo) o de lo contrario no te servirá de nada.

En fin, sigamos ahora con el 3er ingrediente de la rentabilidad!



3er Ingrediente de la rentabilidad: la Página de Ventas 10/1-10/1

¿Qué es una Página de Ventas 10/1-10-1?

Bueno, recuerdas las primeras páginas donde te hablé de los % de conversión del embudo en cada uno de los 4 pasos?

La página debe cumplir con un objetivo (o al menos aproximarse): Convertir 1 visita a Pago Iniciado de cada 10 que la visiten, y de cada 10 pagos iniciados (o sea 100 visitas) Convertir 1 a Venta.

En otras palabras, 10% de las Visitas deben llegar el Checkout (hacer pago iniciado) y e 1% debe además de visitar el Checkout, poner sus datos y comprar.

Todo esto es labor de nuestra mejor vendedora, la página de ventas. Y obviamente el costo de esas 100 visitas es la clave, pero eso lo vamos a abordar en el 4to Ingrediente jeje.

Por ahora enfoquémonos en entender de que se compone una página de ventas de estas y cual es su estructura.



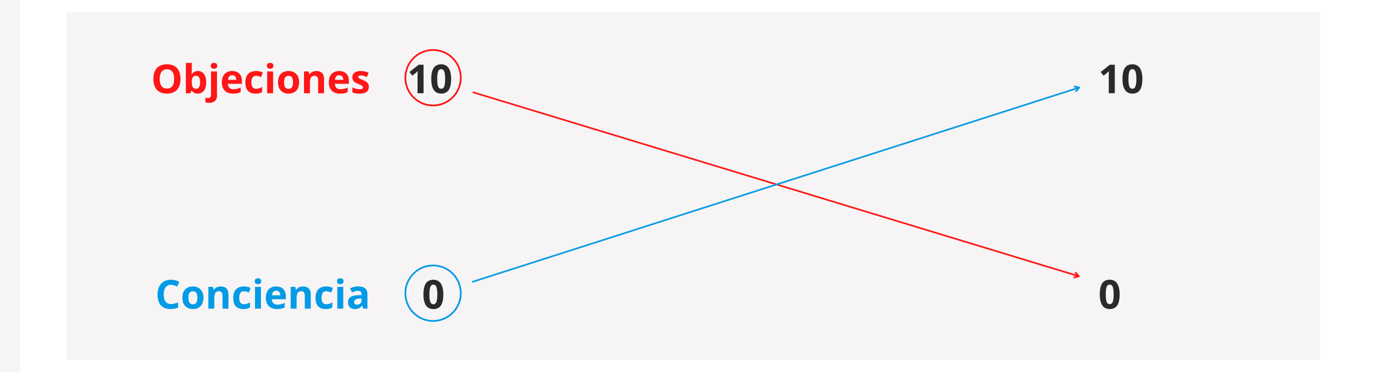
Antes que nada, debes grabarte lo siguiente:

A la página de ventas van a llegar personas buscando la solución que tu prometes para solucionar su problema, o un vehículo para lograr eso que TANTO desean y los hace vibrar.

Pero no van a llegar abiertos a comprarte como si te conocieran hace tiempo, no... pues porque no te conocen.

Van a llegar con muchas objeciones y nada de CONCIENCIA sobre tu producto... porque aún no lo conocen y no están seguros de si es el vehículo que necesitan para ir del **punto A** donde se encuentran ahora, al **punto B** que es donde quieren estar.

Bien, entonces la misión de la página de ventas en un Embudo de Venta Directa es aumentar la Conciencia del Cliente sobre el producto y eliminar sus Objeciones.



Claro como el agua Mati, y ahora... ¿Cómo logro que la P.Venta cumpla esa misión?

Excelente pregunta, eso es lo que veremos a continuación.

Elementos de una página de Ventas 10/1-10-1

Antes de ver como se estructuran los componentes debemos saber cuales son esos componentes exactamente.

Una página de ventas debe contener dentro de ella:

- Promesa.
- Bonos.
- Oferta.
- Temario.
- Descripción de lo que va a lograr.
- Preguntas frecuentes.
- Garantía.
- Sobre el autor.
- Prueba social.
- Disclaimer.

Entre otros...

Es mediante esos elementos que se logra amentar la conciencia sobre el producto y eliminar las objeciones de la mente del cliente.

Ahora bien, la forma y el orden, en el que se presentan estos elementos en una página de ventas hace TODA la diferencia... así que a continuación te voy a mostrar una jerarquía ya validada y puesta a prueba con cientos de personas.

Pero ojo, las reglas están hechas para romperse... hay muchas formas de ordenar ciertos elementos como los BONUS y la prueba social por ejemplo.

Ahí ya es cuestión de pruebas (split testing o pruenas A/B), ahí ya entramos en Facebook Ads y otros temas relacionados a la lectura de métricas, por ahora vamos seguir con el trabajo **previo** a Facebook Ads.

Promesa — El 80% del éxito de tu página, deja clara la TRANSFORMACIÓN, el punto A y el punto B.

¿Qué vas a lograr? — Mediante textos e imágenes, hazla sentirse segura de que con ese producto logrará exactamente lo que desea lograr.

Temario — Muéstrale que lo que busca aprender está dentro del temario, y dale la CLARIDAD de saber cómo logrará todo lo que le prometiste.

1er Oferta — Presenta tu 1er oferta, simple y directa con énfasis en la transformación de la persona.

Preguntas frecuentes — Luego de la oferta, responde todas las posibles objeciones de ese cliente para terminar de cerrar la venta.

Bonus — Aumenta el valor percibido de tu oferta añadiendo BONUS a la misma y prosifícalos.

Prueba Social — Ya has aumentado el valor percibido, ahora valida toda la página con Testimonios.

2da Oferta — Con más valor percibido, y el gatillo de prueba social activado, presenta la oferta final añadiendo ahora los BONUS y un descuento hiperbólico.

Elementos secundarios — Ahora es el momento para presentar la Autoridad del Productor, el Certificado, garantía, etc.

Disclaimer — Añadir un Copy de "Disclaimer" es importante para evitar así posibles Baneos del tóxico.

4to Ingrediente de la rentabilidad: un Anuncio que segmente al Avatar.

¿Porqué es TAN importante el Anuncio?

Verás, podrás tener una página de ventas muy buena... pero ella por si sola no puede hacer magia si el **tráfico** que llega a ella no es **Calificado**. Necesitas tráfico (flujo de personas) llegando a tu página y sobre todo CALIFICADAS para que el Embudo Funcione.

Enviar ese tráfico, es tarea del Anuncio y Facebook Ads, y ten en cuenta que si el tráfico es:

- Caro.
- Descalificado.

No vas a tener ventas, o quizás si vendas pero no será un Embudo Rentable, para lograr nuestra meta de un Embudo Rentable necesitamos que el tráfico sea:

- Barato.
- Calificado.

Y es por eso que los Anuncios son TAN importantes, para lograr rentabilidad en nuestro Embudo necesitamos anuncios que:

- Tengan buen CTR, (para buscar un CPC barato).
- Que llamen la atención ÚNICAMENTE de nuestro Avatar (para lograr que Facebook optimice correctamente).

El segundo punto es particularmente importante, ya que de nada sirve llevar mucho tráfico si ese tráfico no es nuestro avatar (si no es calificado), serían puros curiosos y no les interesará tu oferta... por lo tanto no habrán ventas.

Ya, pero Mati, ¿Cómo es eso de que puedo Segmentar Desde mi Anuncio?, cómo es eso posible?...

Te explico, más allá de la segmentación detallada que configures a nivel Conjunto de Anuncios, lo que realmente segmenta tu público es el MENSAJE de tu Anuncio.

Grábate eso, medítalo y aplícalo porque es clave.

Si tu haces un Anuncio con un mensaje genérico, así como queriendo hablarle a todo el mundo... podrás llevar tráfico barato pero no será cualificado.

Primero debes entender como funciona la IA (Inteligencia artificial) de Facebook en este sentido:



Lo que hace Facebook es mostrar tu anuncio aleatoriamente, y luego analizar el perfil de las personas que realizaron acciones valiosas en tu anuncio, tales como:

- Pasar mucho tiempo viéndolo (retención).
- Darle clic.
- Interactuar con el.
- Iniciar un pago luego de una visita.
- Realizar una compra luego de una visita, etc.

Y en base a los intereses, datos demográficos y comportamientos de esas personas que realizaron acciones valiosas, el busca personas similares.

¿Ahora entiendes porqué NECESITAS crear Anuncios que solo hagan reaccionar a tu Avatar?

Es que si tu anuncio no le habla DIRECTO a tu Avatar y dispara el gatillo del "aaah, está hablando conmigo", cualquier persona realizará "acciones valiosas", y la IA de Facebook Ads no sabrá por donde optimizar y al final...

En fin, si esto sucede no tendrás un Embudo Rentable, ¡Por eso el Anuncio es el 4to Ingrediente de la rentabilidad!

Ahora te voy a describir como es la estructura de un Anuncio que le habla directo a tu Avatar y además lleva mucho tráfico calificado a tu página de ventas.



Y bien, Felicidades!!!

Si has llegado hasta aquí, has demostrado compromiso, congruencia con tus metas y has aprendido MUCHO sobre los 4 ingredientes que debes incluir en tu Embudo de Venta Directa para lograr la Rentabilidad.

Desde luego mi recomendación es que leas una y las veces que sean necesarias este E-book hasta que comprendas todo al 100% y APLÍCALO... TOMA ACCIÓN, solo de esa manera podrás sacarle provecho a lo aprendido.

En este modelo de negocio de venta directa de productos digitales con Facebook Ads, el trabajo se divide en dos niveles.

El primero lo acabas de descubrir, es el trabajo **PREVIO** a lo que se hace en Facebook Ads. Es seleccionar el producto, estudiar el Avatar, Diseñar la página de venta, los Anuncios... y el segundo nivel es **EN** Facebook Ads.

Ese nivel involucra estrategia, segmentación, configuración, testeo, optimización, escala y SOBRE TODO lectura e interpretación de métricas.

Te cuento un poco más en la siguiente página

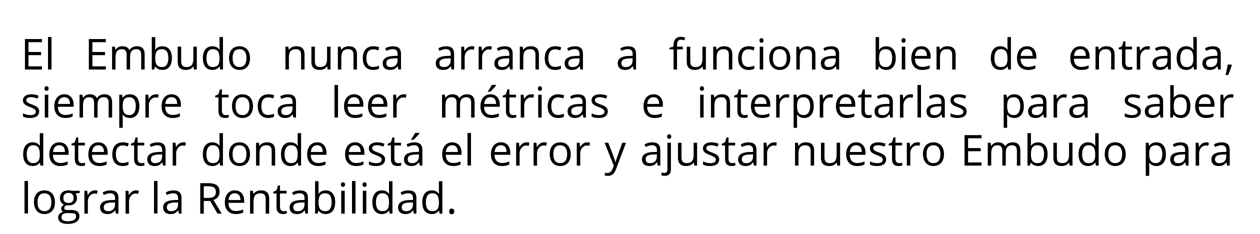
Es importante que sepas que por más bien optimizado que esté tu Embudo de Venta Directa, ese es solo un lado de la moneda.



Una vez pones tu Embudo en marcha con Facebook Ads, entramos en otra materia todavía más amplia. Aquí debes desarrollar skills claves tales como:

- Lectura de métricas.
- Interpretación de métricas.
- Configuración de campañas.
- Optimización de campañas.
- Trackeo de conversiones.
- Escalamiento.
- Gestión de presupuesto.
- Toma de decisiones.

Y varias otras más.



El Embudo nunca arranca a funciona bien de entrada, siempre toca leer métricas e interpretarlas para saber detectar donde está el error y ajustar nuestro Embudo para lograr la Rentabilidad.

Si quieres seguir aprendiendo sobre "ambas caras de la moneda" sígueme en todos mis canales, será un gusto seguir compartiendo contenidos contigo, un fuerte abrazo, Matias🔥.





GRACIAS GRACIAS GRACIAS GRACIAS GRACIAS

¡Gracias por leerme!

MATÍAS PEREIRA